

***SELF-PRESENTING PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
DALAM TINJAUAN TEORI DRAMATURGI ERVING
GOFFMAN***

(Studi Pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya)

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial
(S. Sos) dalam Bidang Sosiologi**



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Oleh:

TIAN ANGGA PRADHANA

NIM I73215073

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS ILMU ILMU SOSIAL DAN POLITIK

JURUSAN ILMU SOSIAL

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

JUNI 2019

**PERNYATAAN
PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI**

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Tian Angga Pradhana

NIM : I73215073

Program Studi : Sosiologi

Judul Skripsi : Analisis *Self Presenting* pada Media Sosial Instagram dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman (Studi Kasus Panjat Sosial Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya).

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan mana pun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 25 Juni 2019
Yang menyatakan



Tian Angga Pradhana
NIM I73215073

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang ditulis oleh :

Nama : Tian Angga Pradhana

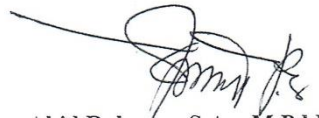
NIM : I73215073

Program Studi : Sosiologi

Yang berjudul: ***"Self Presenting* pada Media Sosial Instagram dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman (Studi Pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya)"**, saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial dalam bidang Sosiologi.

Surabaya, 25 Juni 2019

Pembimbing



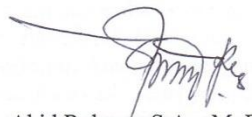
Abid Rohman, S.Ag, M.Pd.I
NIP197706232007101006

PENGESAHAN

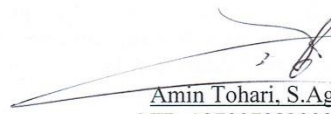
Skripsi oleh Tian Angga Pradhana dengan judul: *"Self Presenting Pada Media Sosial Instagram Dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman (Studi Pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya)"*, telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 31 Juli 2019.

TIM PENGUJI SKRIPSI


Penguji I


Abid Rohman, S.Ag. M. Pd I
NIP. 197706232007101006

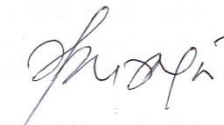
Penguji II


Amin Tohari, S.Ag. M.Si
NIP. 197007082000031004

Penguji III


Dr. Iva Yulianti Umdatul Izzah, S.Sos. M.Si
NIP. 197607182008012022

Penguji IV



Husnul Muttaqin, S.Sos. M.S.I
NIP. 197801202006041003

Surabaya, 6 Agustus 2019

Mengesahkan,
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan




Prof. Akh. Muzakki, M.Ag., Grad. Dip. SEA., M.Phil., Ph.D.
NIP. 197402091998031002



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Tian Angga Pradhara
NIM : 173215073
Fakultas/Jurusan : Fisip / Sosiologi
E-mail address : angga.tian@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Self Presenting Pada Media Sosial Instagram Dalam Tinjauan Teori
Dramaturgi Erving Goffman (Studi Pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel
Surabaya)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 Agustus 2019

Penulis

()
nama terang dan tanda tangan

DAFTAR ISI

[illegible]

Instagram adalah salah satu media sosial yang sedang populer di kalangan anak muda saat ini. Instagram merupakan aplikasi berbagi foto atau pun video yang memungkinkan pengguna mengambil foto atau video kemudian memberikan filter digital pada foto yang telah diambil tersebut dan mengunggahnya ke beranda dari akun Instagram miliknya. Instagram berdiri pada tahun 2010 dan didirikan oleh dua bersahabat Kevin Systrom dan Mike Krieger.² Salah satu fitur unik yang ada pada Instagram adalah fitur Instastory. Fitur Instastory memungkinkan kita untuk membagikan foto atau video yang dapat kita edit terlebih dahulu kemudian diunggah ke dalam timeline dalam kurun waktu 24 jam. Dengan Instagram kita dapat terhubung dengan orang dari penjuru dunia mana pun.

² <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> diakses pada tanggal 15 April 2018

Di Instagram kita dapat menampilkan profil diri lengkap dengan foto-foto, bersosialisasi dengan orang-orang yang punya hobi sama, berbagi cerita dan kegiatan, atau *chatting* menggunakan fitur *direct message* dengan pengguna lain.

Tujuan dari Instagram itu sendiri salah satunya yakni sebagai sarana kegemaran dari masing-masing individu yang ingin mempublikasikan kegiatan, barang, tempat, atau dirinya sendiri dalam bentuk foto atau video. Kalangan remaja begitu erat dengan inovasi bernama media sosial tersebut. Bahkan remaja sering kali terlihat menggunakan Instagram hampir setiap saat, baik itu saat makan, belajar di ruang kelas, bahkan ketika sedang melakukan ibadah. Berbagai hal menjadi alasan media sosial begitu menarik bagi para remaja, beberapa alasannya yaitu mendapatkan perhatian, meminta pendapat, menumbuhkan citra, hobi dan untuk menambah teman.

Meskipun memiliki berbagai dampak yang positif seperti berkomunikasi dan mendapatkan informasi, Instagram juga berkemungkinan memberikan dampak negatif kepada penggunanya baik tua atau pun muda. Dampak negatif yang diberikan oleh media sosial yakni kecanduan (*addicted*) sehingga dapat membuat pengguna jadi lupa waktu. Seperti yang terjadi di lapangan, ketika akan melakukan kegiatan apapun upload ke dalam media sosial lebih didahulukan daripada kegiatan lainnya. Jika diperhatikan, para pengguna media sosial termasuk Instagram cenderung lebih suka menunduk melihat layar *smartphone* nya

Seperti yang dikatakan Hendra Wardhana, generasi merunduk adalah generasi yang tercipta atas tuntutan eksistensi diri yang diciptakan oleh kemajuan teknologi.³ Generasi merunduk membuat dunianya sendiri yang lebih ringkas dalam arti meringkas jarak yang ada. Namun yang terjadi justru sebaliknya, generasi merunduk perlahan-lahan malah memperlebar jarak yang ada. Dampak buruk lainnya yang dapat ditimbulkan oleh Instagram ini adalah budaya show off atau pamer. Banyak pengguna Instagram yang mengunggah foto barang-barang mewahnya ke Instagram hanya untuk mendapatkan like dan komentar-komentar saja.

Dengan begitu, mereka akan lebih dikenal oleh lingkungan sekitarnya. Rasa ingin dikenal dan eksis di lingkungan sosial, membuat

[illegible]

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam mencitrakan dirinya di dunia maya?

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu :

- [illegible]

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Akademis

- a. Secara akademis penelitian ini diharapkan mampu menambah keilmuan dalam bidang Sosiologi khususnya mengenai fenomena sosial yang bersangkutan dengan media sosial dan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan program studi Ilmu Sosiologi.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan menambah wawasan bagi pembaca baik dari kalangan akademis maupun masyarakat umum tentang dampak media sosial Instagram bagi individu.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pihak-pihak terkait yang membutuhkan.

E. Definisi Konseptual

1. Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, *wiki*, forum dan dunia

2. Instagram

3. Self Presenting

⁴ <https://ptkomunikasi.wordpress.com/2012/06/11/pengertian-media-sosial-peran-serta-fungsinya/>
Diakses pada tanggal 4 April 2018 pada pukul 17:58

⁶ <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram> diakses pada tanggal 15 April 2018 pada pukul 13:00

4. Panjat Sosial

Adapun beberapa varian dari panjat sosial yang dilakukan oleh mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, yakni sebagai berikut:

a. *Selebgram*

⁷ Erving Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*, (Harmondsworth: Penguin, 1959) ,4
⁸ <https://www.apaarti.com/panjat-sosial.html> diakses pada tanggal 3 Januari 2019 pukul 15:02
⁹ <https://www.ibigacademy.com/apa-itu-selebgram-asal-usul-endorse/> diakses pada tanggal 13 Juni 2019

c. *Motivator*

Motivator adalah orang yang memiliki profesi atau pencaharian dari memberikan motivasi kepada orang lain. Pemberian motivasi ini biasanya melalui pelatihan (*training*) , tetapi bisa juga melalui *mentoring*, *coaching* atau *counseling*.¹¹ Yang dimaksud *motivator* dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang mencitrakan dirinya seperti seorang *motivator* dengan mengunggah foto-foto berisi *quotes* bijak untuk memotivasi orang lain.

¹¹ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka. 2001). hal.756.

1. Bab I Pendahuluan: Peneliti menjelaskan mengenai latar belakang mengapa mengangkat tema tersebut ke dalam penelitian ini kemudian menemukan rumusan masalah yang nantinya akan dijawab di dalam Bab IV. Selain itu juga menjelaskan manfaat apa yang dapat diberikan oleh hasil penelitian ini serta tujuan dari dilakukannya penelitian ini. Peneliti juga memberikan definisi konseptual dari hal-hal yang merupakan pokok pembahasan dari penelitian.

2. **BAB II Kajian Teori:** Peneliti memaparkan mengenai sumber-sumber yang menjadi referensi peneliti dalam melakukan penelitian. Peneliti juga akan menjelaskan teori apa yang nantinya akan digunakan untuk mengkaji permasalahan yang ada pada penelitian ini. Peneliti juga menyertakan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh orang lain untuk dijadikan bahan perbandingan serta referensi.

3. BAB III Metode Penelitian: Peneliti menjelaskan metode penelitian apa yang akan digunakan pada penelitian yang akan dilakukan. Selain itu peneliti juga akan menjelaskan mengenai teknik pengumpulan data serta pemilihan informan yang akan dilakukan oleh peneliti.

4. BAB IV Penyajian data dan analisis teori: Peneliti menjelaskan mengenai apa saja data yang telah diperoleh di lapangan kemudian

peneliti menganalisisnya menggunakan teori yang telah dipilih dan dijelaskan di Bab II.

5. BAB V Penutup: Peneliti memaparkan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta peneliti akan memberi saran kepada pihak yang terkait dalam penelitian.

6. Daftar Pustaka : Peneliti menuliskan daftar dari kumpulan buku, artikel atau jurnal yang dijadikan sumber referensi dalam mengerjakan dan menulis penelitian ini.

TEORI DRAMATURGI - ERVING GOFFMAN

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai fenomena Instagram sebagai media pencitraan dan penciptaan eksistensi diri yang dilakukan oleh peneliti juga tidak lepas dari beberapa penelitian terdahulu yang diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk menunjukkan orisinalitas penelitian dan dianggap cukup relevan. Penelitian yang berkaitan dengan fenomena Instagram sebagai media pencitraan dan penciptaan eksistensi diri sudah banyak dikaji dalam beberapa penelitian lainnya dalam sudut pandang yang berbeda-beda. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan fenomena Instagram sebagai media pencitraan dan penciptaan eksistensi diri:

1. Skripsi, Tatia Ridho Ramadhanti dari jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.¹²
Fenomena Pemanfaatan Instagram sebagai Media Personal Branding.
Pokok pembahasan yang terkandung dalam skripsi tersebut yakni peneliti melihat penggunaan Instagram yang lebih mengarah kepada gejala yang menunjukkan penggunaan Instagram bukan sebagai media komunikasi antar individu, melainkan sebagai media personal branding.

¹² Tatia Ridho Ramadhanti, *Fenomena Pemanfaatan Instagram sebagai Media Personal Branding*, 2016

Instagram menyediakan wadah bagi para penggunanya untuk memperkenalkan dirinya kepada *audience* dengan foto yang diunggah sebagai mediumnya, didukung dengan tambahan *caption* dan *hashtag*. Dengan cara tersebut pengguna Instagram dapat menumbuhkan *image* atau citra yang diinginkan kepada khalayak ramai di dunia maya.

Persamaan antara skripsi tersebut dengan penelitian ini adalah pada penelitian ini juga mengandung pembahasan mengenai fenomena yang terjadi di masyarakat saat ini, yakni mengenai penggunaan Instagram sebagai media untuk membangun *image* atau citra terhadap orang lain. Selain itu dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan teori yang sama yakni Dramaturgi yang digagas oleh Erving Goffman. Penelitian di atas juga menggunakan metode penelitian kualitatif yakni dengan wawancara mendalam kepada satu orang informan.

Sedangkan yang membedakan antara skripsi tersebut dengan penelitian ini yakni peneliti tersebut memilih satu narasumber dengan kriteria gemar fotografi, sudah memiliki 3000 *followers*, dan telah mengunggah 300 lebih foto. Hanya fokus kepada satu narasumber yang menciptakan *image*-nya melalui Instagram dan mendapatkan keuntungan dari *image* yang telah diciptakannya melalui Instagram tersebut. Selain itu peneliti tersebut juga merinci seberapa sering intensitas narasumber dalam menggunakan aplikasi Instagram. Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti memilih beberapa mahasiswa yang melakukan panjat sosial demi mengangkat status sosialnya melalui media sosial.

- Persamaan yang ada antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian ini juga mengandung pembahasan mengenai masalah mengenai penggunaan media sosial Instagram sebagai media untuk curhat masalah pribadi kepada khalayak dunia maya dan membangun *image* atau citra kepada pengguna Instagram lainnya.

¹³ Bimo Mahendra, *Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram*, 2016

terlalu fokus pada penjabaran media massa dan *new media* daripada mengkaji lebih dalam masalah sosial yang ada. Sedangkan pada penelitian ini, peneliti memilih subjek penelitian yakni mahasiswa yang melakukan panjat sosial melalui akun pribadinya di jagad dunia Instagram. Selain itu, penelitian di atas lebih menekankan kepada para remaja bahwa seharusnya tidak hanya bisa eksis di dunia maya saja tetapi juga bisa eksis dan berprestasi di masyarakat.

3. Jurnal yang ditulis oleh Randolph A. Manampiring. *Peranan Media Sosial Instagram dalam Interaksi Sosial Antar Siswa SMA Negeri I Manado*.¹⁴ Pokok pembahasan dari penelitian tersebut adalah banyak siswa yang menggunakan Instagram untuk saling berinteraksi sosial antar pengguna Instagram, bahkan intensitasnya lebih sering daripada berinteraksi sosial dengan lingkungan sekitarnya seperti teman sekelasnya atau guru. Para siswa sering asik sendiri dengan media sosialnya baik itu di jalan, sekolah maupun di rumah yang lama kelamaan menumbuhkan sikap acuh dan kurang peka terhadap lingkungan sekitar mereka. Para siswa lebih sering menggunakan media sosial Instagram ketimbang media sosial lainnya karena dianggap lebih simpel dan lebih menarik daripada media sosial lainnya.

Persamaan antara jurnal tersebut dengan penelitian ini adalah jurnal ini sama-sama mengandung pembahasan mengenai masalah tentang penggunaan media sosial Instagram yang ada pada kehidupan remaja.

¹⁴ Rudolf A. Manampiring, *Peranan Media Sosial Instagram dalam Interaksi Sosial Antar Siswa SMA Negeri 1 Manado*, 2015.

1. *Self Presenting* dalam Media Sosial Instagram

[illegible]

Tidak hanya untuk keperluan pribadi saja, kini media sosial pun mulai digunakan oleh perusahaan besar maupun kecil untuk mempromosikan produk yang ditawarkannya.¹⁶ Selain untuk promosi, media sosial juga digunakan perusahaan tertentu untuk menjalin hubungan yang baik dengan *customernya*. Perusahaan atau lembaga tertentu berusaha untuk mempresentasikan *image* lembaganya dengan baik dan menarik melalui media sosial agar masyarakat tertatik dengan lembaga tersebut dan produk-produk yang ditawarkannya.

¹⁶ Mulawarman, Aldila Dyas Nurfitri, “*Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*”. Buletin Psikologi Vol. 25, No.1, 36-44. Hal. 3
¹⁷ Nasrullah R, *Media Sosial (perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi)*, (Jakarta:Rajawali Press,2015) hal 34

Salah satu fenomena dalam kemajuan teknologi pada zaman ini, gawai seperti *smartphone* adalah *selfie* atau swafoto. *Selfie* atau swafoto memiliki arti foto diri yang disebarluaskan melalui media sosial.²⁰ Potret diri yang kemudian disebarluaskan tersebut merupakan bentuk komunikasi visual tentang dimana orang tersebut berada, apa yang dilakukannya, apa yang dipikirkannya.

Panjat sosial adalah istilah yang digunakan untuk menyebut seseorang yang memiliki ambisi tinggi untuk eksis di kalangan dengan status sosial yang lebih tinggi dari status sosial mereka yang sebenarnya.²¹ Panjat sosial memiliki konotasi yang buruk di masyarakat dan dunia maya karena nyatanya apa yang dipamerkan oleh sang pemanjat sosial di dalam media sosialnya sebenarnya adalah barang-barang yang tidak dimilikinya. Tidak hanya barang saja, bahkan sesuatu yang bersifat non material seperti pengetahuan dan pengalaman juga kerap dipamerkan di media sosial Instagram. Hal itu dilakukannya hanya untuk mendapatkan pengakuan dari lingkungan sekitarnya. Sang pemanjat sosial seakan-akan menunjukkan bahwa ia memiliki status sosial yang terbilang tinggi namun kenyataannya tidak demikian. Pemanjat sosial atau *Social Climber* akan

²¹ <https://brainly.co.id/tugas/10280833> diakses pada tanggal 5 Februari 2019 pukul 14:28

Melalui foto yang ia unggah disertai dengan *caption* dan *hashtag* yang dibuat, ia ingin mempresentasikan dirinya bahwa ia adalah seseorang yang tergolong dalam orang-orang dengan status sosial yang tinggi. Namun di kehidupan nyata, status sosialnya tidak setinggi yang ia citrakan di dalam dunia maya. Selain ingin terlihat memiliki status sosial yang tinggi, pemanjat sosial juga ingin mendapatkan perhatian dari *followersnya* di dalam dunia maya. Karena dengan mendapatkan perhatian *followersnya* itu menunjukkan bahwa dia eksis di dalam dunia maya.

[illegible]

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori Dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman. Peneliti tertarik menggunakan teori Dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman karena adanya keterkaitan dengan fenomena Instagram dalam pembentukan eksistensi kelompok Sebung Surabaya.

Erving Goffman mengemukakan teori mengenai kehidupan manusia yang disebut dengan teori Dramaturgi. Kehidupan sosial manusia digambarkan seperti pertunjukan drama atau teater yang dimainkan di atas panggung. Maksudnya yakni peran seseorang yang berinteraksi dan berhubungan dalam kenyataan sosial melalui jalan cerita yang telah dibuat oleh orang yang menentukan jalan cerita pementasan drama tersebut atau di dalam film.²² Kehidupan sosial seseorang diibaratkan seperti panggung sandiwara dimana seseorang akan memainkan peran tertentu di depan penonton.

[illegible]

²⁴ Ibid, 58.

Goffman berpendapat bahwa umumnya orang-orang akan berusaha menunjukkan diri dalam pertunjukan mereka di panggung depan, mereka merasa perlu menyembunyikan hal-hal tertentu yang dapat merusak peran yang sedang dimainkannya dan menaruhnya di panggung belakang agar tak terlihat oleh penonton. Sesuai dengan teori dramaturgi yang diungkapkan oleh Erving Goffman mengenai panggung depan (*front stage*), panggung belakang (*back stage*), penonton (*audience*) dan pengelolaan kesan (*impression management*) dalam penelitian ini dapat dipahami sebagai berikut:

Panggung depan adalah tempat dimana aktor memainkan peran yang ia ingin mainkan di depan khalayak penonton.²⁵ Panggung depan yang dimaksud dalam penelitian ini yakni kehidupan mahasiswa atau mahasiswi yang ditampilkan dalam media sosial Instagram. Dalam media sosial

[illegible]

Instagram, mahasiswa atau mahasiswi memainkan peran tertentu yang dapat membantunya mencapai tujuan yang diinginkan yakni meningkatnya status sosial dan mendapatkan perhatian dari *followersnya*.

Instagram dianggap menjadi media yang sangat cocok dijadikan panggung depan untuk memainkan peran karena Instagram adalah media sosial yang begitu luas dan digandrungi banyak kalangan mulai dari kaum pelajar hingga orang dewasa. Sehingga peran yang dimainkan mahasiswa dapat dengan mudah dilihat oleh siapapun dan dimanapun. Maka akan lebih memudahkan seseorang dalam membangun citranya melalui dunia maya.

b. Panggung Belakang (*Back Stage*)

Panggung belakang adalah tempat dimana aktor mempersiapkan diri, beristirahat, melakukan latihan, atau segala upaya untuk menunjang perannya di depan panggung.²⁶ Panggung belakang yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dimana mahasiswa berusaha memenuhi atau mendukung peran yang akan ia mainkan di panggung depan. Misalnya mahasiswa bekerja kemudian menerima upah, namun upah yang didapat digunakan untuk membeli barang-barang dan melakukan hal-hal yang dapat menunjang status sosialnya dalam dunia maya.

c. Penonton (*Audience*)

Penonton adalah orang yang menonton suatu permainan peran atau pertunjukan yang dimainkan oleh seseorang. Menurut Goffman, penonton yakni orang yang menyaksikan pertunjukan seseorang di atas panggung

²⁶ Metta Rahma Melati, *Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman Dalam Pola Penggunaan Ruang Publik Kafe Oleh Mahasiswa Di Kota Surakarta*

depannya.²⁷ Penonton yang dimaksud dalam penelitian ini yakni para pengguna Instagram yang melihat unggahan dari mahasiswa yang melakukan panjat sosial dalam media sosial Instagram.

d. Pengelolaan Kesan (*Impression Management*)

Pengelolaan kesan adalah alasan mengapa seorang aktor memainkan sebuah peran yang sudah ia mainkan, aktor ingin menumbuhkan kesan kepada penonton sesuai dengan peran yang dimainkannya. Dalam penelitian ini, mahasiswa memainkan peran dimana mereka adalah orang yang mampu secara ekonomi untuk membeli barang-barang *branded* dan melakukan suatu aktivitas yang dapat menunjukkan bahwa ia memiliki status sosial yang tinggi.

Mereka menunjukkannya melalui foto-foto atau *Instastory* yang mereka unggah di akun Instagram pribadinya disertai dengan *caption* yang mendukungnya dalam menciptakan *image* bahwa ia memiliki status sosial yang tinggi. Tidak hanya ingin status sosialnya terlihat lebih tinggi dalam segi ekonomi, tetapi juga dalam segi pengetahuan.

Mahasiswa kerap mengunggah *quotes* dengan kalimat bijak yang dibuatnya ke dunia maya untuk menunjukkan bahwa dirinya memiliki pengalaman hidup yang banyak sehingga membuatnya menjadi orang yang bijak.

Namun di balik itu semua, mahasiswa yang melakukan panjat sosial tersebut sebenarnya tidak benar-benar mampu secara ekonomi untuk

²⁷ Ibid

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif karena metode tersebut sangat cocok dengan permasalahan dan tema yang diangkat oleh peneliti karena metode penelitian kualitatif deskriptif prosedur penelitiannya berbentuk kata-kata, gambar, dan datanya meliputi transkrip wawancara, catatan data lapangan, dokumentasi, serta deskripsi situasi. Metode tersebut dapat digunakan oleh peneliti untuk menjawab permasalahan yang diangkat oleh peneliti.

³⁰ Lexy J. Maleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), 4.

1. Data Primer

2. Data Sekunder

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dilaksanakan di sekitar Surabaya. Tidak dapat ditentukan lokasi spesifiknya karena kemungkinan

Waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini tiga bulan untuk mendapatkan data yang valid dari informan. Penelitian ini dilakukan pada Februari 2019 – Mei 2019 dengan waktu yang kondisional dalam prosesnya karena menyesuaikan dengan kesibukan informan yang dipilih oleh peneliti.

Informan atau narasumber adalah orang yang mengetahui secara jelas dan memberikan informasi mengenai suatu kejadian, peristiwa, atau fenomena.³¹ Dalam penelitian ini, informasi yang dimiliki oleh narasumber adalah data dan sumber utama dalam menjawab penelitian ini. Oleh karena itu, pemilihan subjek penelitian merupakan faktor penting yang sangat berpengaruh dalam penggalan data secara mendalam mengenai fenomena atau tema yang diangkat oleh peneliti.

[illegible]

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu *purposive sampling* dan *snowball sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan beberapa pertimbangan tertentu.³² Pertimbangan tertentu yang dimaksud yakni misalnya informan tersebut dianggap mengerti betul mengenai suatu permasalahan. Sementara *snowball sampling* yakni pengambilan sampel dengan cara memilih informan baru berdasarkan sugesti atau arahan yang diberikan oleh informan sebelumnya.³³ Itu dilakukan dengan alasan jumlah data yang didapat oleh peneliti dari informan sebelumnya masih belum memuaskan sehingga peneliti mencari orang lain sesuai arahan dari informan sebelumnya.

³² Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 206.

³³ *Ibid.*, 207.

ini mampu terjawab dengan diperolehnya data yang diperlukan baik itu melalui teknik *purposive sampling* atau pun teknik *snowball*

TABEL 3.1
Daftar Informan

No	Nama	Status / Prodi
1	Chanisna	Mahasiswa / Ilmu Politik
2	Shaliska Nurul	Mahasiswa / Sosiologi
3	Erika Rizkita	Mahasiswa / Ilmu Ekonomi
4	Lidya Fadilla	Mahasiswa / Sastra Inggris
5	Nada Rizky	Mahasiswa / Psikologi
6	Debi Nuraini	Mahasiswa / Sosiologi
7	Nazhrotur Rofidah	Mahasiswa / Pendidikan Bahasa Inggris
8	Yasyva Agfa N.	Mahasiswa / Sosiologi
9	Achmad Rafli	Mahasiswa / Sosiologi
10	Ardila Eris	Mahasiswa / Ilmu Politik
11	Dendi Gushendi	Mahasiswa / Sosiologi
12	Rizky Maulidta	Mahasiswa / Sastra Inggris
13	Nofa Aulia	Mahasiswa / Sosiologi
14	Dibio Agus	Mahasiswa / Sistem Informatika
15	Kevin Irfanda	Mahasiswa / Sosiologi

2) Memilih Lapangan Penelitian

3) Mengurus Perijinan

[illegible]

5) Menentukan Informan

Peneliti telah melihat perilaku dan *behaviour* beberapa mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dalam media sosial Instagram yang kebetulan juga merupakan teman dari peneliti sendiri. Nantinya peneliti akan melakukan perbincangan-perbincangan dengan mahasiswa yang melakukan panjat sosial dan juga peneliti akan mewawancarai teman sepergaulan dengan informan. Hal itu dilakukan untuk mendapatkan data yang lebih valid dan memuaskan.

Informan atau narasumber adalah orang yang mengetahui secara jelas dan memberikan informasi mengenai suatu kejadian, peristiwa, atau fenomena.³⁶ Maka dari itu informan yang dipilih oleh peneliti haruslah orang yang benar-benar mengetahui dan paham mengenai kondisi atau fenomena yang ada. Demi mendapatkan data yang valid peneliti tidak hanya mengandalkan sumber data dari informan saja, tetapi juga dari sumber-sumber lain yang dapat mendukung penelitian ini.

Sesuai dengan judul penelitian yang diangkat oleh peneliti, yaitu Analisis *Self-Presenting* dalam Media Sosial Instagram dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman (studi kasus

6) Etika dalam Penelitian

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

Pada tahap pengumpulan data ini peneliti mencari sumber data yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, yakni buku-buku yang berisi tentang *self-presenting* dalam media sosial Instagram dan teori Dramaturgi milik Erving Goffman.

Tahap penulisan laporan merupakan tahap terakhir dalam penulisan penelitian. Ketika proses penggalian data mengenai analisis *self-presenting* dalam media sosial Instagram telah terpenuhi dan dianggap mampu menjawab persoalan yang diangkat oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan sesuai dengan tema permasalahan tersebut.

Ada tiga teknik pengumpulan data yang sering digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data tersebut yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Peneliti juga menggunakan ketiga teknik pengumpulan data tersebut dalam penelitian ini.

Observasi merupakan teknik pengumpulan data atau keterangan dalam suatu penelitian melalui pengamatan secara langsung di tempat atau objek yang diteliti.³⁷ Melalui pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, peneliti dapat mengetahui cocok tidaknya tempat atau pun objek yang telah diamati dengan tujuan peneliti. Tujuan dari memperoleh data dengan teknik observasi adalah untuk menjelaskan secara detil latar yang diamati (kegiatan-

[illegible]

Teknik observasi ini digunakan untuk mengamati secara langsung dan tidak langsung mengenai *self-presenting social climber* dalam media sosial Instagram.

Wawancara merupakan suatu proses untuk memperoleh data untuk tujuan penelitian dengan cara melakukan tanya jawab sambil tatap muka antara penanya (peneliti) dengan informan.³⁹ Sedangkan menurut Esterberg, wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.⁴⁰ Wawancara dilakukan oleh dua pihak, yaitu peneliti yang mengajukan pertanyaan dan informan yang akan memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah diajukan oleh peneliti.

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2013), 231

Dalam penelitian ini, peneliti menentukan informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel.⁴¹ Peneliti akan memilih mahasiswa atau mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya yang melakukan panjat sosial demi membangun citra yang diinginkan di dalam media sosial Instagram. Selain itu terdapat kriteria lainnya yang ditentukan peneliti dalam memilih sampel, yakni mahasiswa atau mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya yang rela melakukan hal-hal yang menyimpang dari norma demi membangun citranya di dunia sosial.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen yang ada.⁴² Dokumentasi yang dimaksud dapat berupa foto, video, surat, dan sejenisnya yang dapat dijadikan sebagai informasi tambahan untuk memperkuat data yang sebelumnya telah diperoleh melalui teknik wawancara dan observasi.

⁴²IrwanSuhartono, *Metodologi Penelitian Sosial* (Bandung: RemajaRosdakarya, 1996), 70.

Terdapat dua teknik triangulasi yang digunakan peneliti pada penelitian ini, yakni :

Triangulasi sumber dilakukan oleh peneliti dengan cara menanyakan atau membuktikan kembali kevaliditasan data yang sudah didapatkan peneliti di lapangan dengan melakukan penggalian informasi lagi dengan informan yang bersangkutan, dengan tujuan agar data yang diperoleh oleh peneliti merupakan data yang valid dan sesuai dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Data yang telah didapatkan dari informan kemudian dikategorikan antara pandangan yang sama, pandangan yang berbeda dan pandangan mana yang lebih spesifik. Dengan teknik pemeriksaan keabsahan data ini, peneliti membandingkan data yang didapat peneliti dari masing-masing informan yang ada dalam penelitian ini, yakni mahasiswa pelaku panjat sosial dan teman sepergaulan mahasiswa pelaku panjat sosial.

Triangulasi metode adalah pengecekan data yang diperoleh dari informan dengan menggunakan berbagai macam teknik yang ada dalam

[illegible]

ANALISIS *SELF-PRESENTING* MAHASISWA UIN SUNAN AMPEL SURABAYA PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

1. Profil UIN Sunan Ampel Surabaya

Visi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (UINSA) Surabaya adalah menjadi Universitas Islam yang unggul dan kompetitif bertaraf Internasional. Konsep Universitas Islam dimaksudkan sebagai lembaga pendidikan tinggi yang menyelenggarakan pembelajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat secara integratif berdasarkan semangat peneguhan dan penyemaian nilai-nilai Islam moderat dan transformatif yang merupakan aktualisasi ajaran Islam sebagai rahmatan lil alamin, dengan mempertimbangkan konteks kearifan lokal masyarakat Jawa Timur khususnya, dan Indonesia pada umumnya.

56

1. Menyelenggarakan pendidikan ilmu-ilmu keislaman multidisipliner serta sains dan teknologi yang unggul dan berdaya saing. Dengan begitu UIN Sunan Ampel Surabaya akan mampu bersaing dengan universitas lain. Tak hanya dengan universitas lain yang berada di Surabaya, tetapi juga dengan universitas lain yang berada di Indonesia.
2. Mengembangkan riset ilmu-ilmu keislaman multidisipliner serta sains dan teknologi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Dengan dilakukannya riset ilmu-ilmu keislaman yang relevan dengan kebutuhan masyarakat diharapkan hasil riset tersebut dapat memberikan manfaat yang nyata kepada masyarakat.
3. Mengembangkan pola pemberdayaan masyarakat yang religius berbasis riset. Dengan harapan akan tercipta masyarakat yang lebih religius dan memiliki ilmu pengetahuan yang luas⁴⁷

uinsby.ac.id/id/187/rencana-strategi.html. Diakses pada tanggal 15
Oktober 2023 pukul 07.50 WIB

1. Membentuk Panitia Pendirian IAIN,
2. Mendirikan Fakultas Syariah di Surabaya, dan
3. Mendirikan Fakultas Tarbiyah di Malang.

1. Fakultas Adab dan Humaniora dengan program studi Bahasa dan Sastra Arab, program studi Sastra Inggris, dan program studi Sejarah dan Kebudayaan Islam.
2. Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan program studi Komunikasi Penyiaran Islam, program studi Ilmu Komunikasi, Prodi Pengembangan Masyarakat Islam, program studi Manajemen Dakwah, dan program studi Bimbingan Konseling Islam.

3. Fakultas Syariah dan Hukum dengan program studi Hukum Keluarga Islam, program studi Hukum Bisnis Islam, dan program studi Hukum tatanegara dan Hukum Pidana Islam.
4. Fakultas Tarbiyah dan Keguruan dengan program studi Pendidikan Bahasa Arab, program studi Agama Islam, program studi Manajemen Pendidikan Islam, program studi Pendidikan Bahasa Inggris, program studi Pendidikan Matematika, program studi Pendidikan Guru MI, dan program studi Pendidikan RA.
5. Fakultas Ushuluddin dan Filsafat dengan program studi Aqidah Filsafat, program studi Tafsir, program studi Perbandingan Agama, dan program studi Hadis.
6. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan program studi Ilmu Politik, program studi Hubungan Internasional dan program studi Sosiologi.
7. Fakultas Sains dan Teknologi dengan program studi Matematika, program studi Ilmu Kelautan, program studi Teknik Lingkungan, program studi Teknik Arsitektur, program studi Biologi, program studi Sistem Informasi, dan program studi Psikologi.
8. Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam dengan program studi Ekonomi Syariah, program studi Akutansi, program studi Ilmu Ekonomi, dan program studi Manajemen.
9. Pascasarjana (S2/Magister) dengan program studi Pendidikan Bahasa Arab, program studi Pendidikan Agama Islam, Prodi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, program studi Studi Ilmu Hadis, program

10. S3 / Doktor dengan program studi Hukum Tata Negara, program studi Dirasah Islamiyah, dan program studi Pendidikan Agama Islam.

Peralihan dari yang sebelumnya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Ampel Surabaya menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya, membuat UIN Sunan Ampel Surabaya menjadi perguruan tinggi yang lebih baik dan lebih dikenal serta menjadi pilihan bagi pelajar-pelajar yang ingin melanjutkan pendidikannya ke perguruan tinggi. Ketika masih menjadi Institut Agama Islam Negeri, program studi yang disediakan hanyalah program studi yang berbasis agama saja seperti Ilmu Hadist, Ekonomi Syari'ah, Aqidah Filsafat dan lain-lain. Namun setelah berubah menjadi Universitas Islam Negeri, kini telah disediakan beberapa program studi yang lebih umum seperti Sosiologi, Ilmu Politik, Hubungan Internasional, Arsitektur dan lain-lain sehingga dapat menarik pelajar-pelajar SMA atau SMK karena tidak berbasis pada agama. Karena hal itu lah, kini mahasiswa atau mahasiswi yang mengenyam pendidikan di UIN Sunan Ampel Surabaya lebih beragam, tidak hanya pelajar lulusan pondok pesantren saja tetapi juga ada pelajar lulusan SMAN, SMA Swasta, dan SMK.

4) Musyawarah Senat Mahasiswa (SEMA Universitas)

5) UKM Seni Budaya

6) Unit Kegiatan Olahraga (UKOR)

7) Ikatan Qori' Qoriah Mahasiswa (IQMA)

[illegible]

Pada era ini, era dimana teknologi sudah berkembang pesat dan inovasi-inovasi bermunculan yang dimaksudkan untuk memudahkan manusia dalam menjalankan aktivitas atau suatu kegiatan. Salah satu inovasi tersebut adalah media sosial. Media sosial diciptakan agar kita dapat berkomunikasi dan berbagi dengan orang lain dalam bentuk teks, foto atau pun video. Seseorang dapat mengetahui kabar temannya yang sudah lama tak ditemuinya berkat media sosial tersebut. Media sosial mampu menjadi sarana komunikasi yang baik karena dapat mengirim pesan kepada orang lain melalui media sosial.

⁴⁸ DEMA 2015 UIN Sunan Ampel Surabaya, *Islamku Islam Anda Islam Kita*. (Surabaya, 2015). Hal. 32

⁴⁹ Nazhrotur Rofidah, melalui wawancara yang dilakukan pada tanggal 20 April 2019

Dari wawancara tersebut menunjukkan bahwa beberapa mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya masih menggunakan media sosial Instagram sebagai mana mestinya, yakni sebagai media untuk berkomunikasi antar sesama pengguna Instagram lainnya. Hal tersebut memungkinkan karena dalam Instagram terdapat fitur yang bernama *direct message* yang dapat digunakan oleh pengguna Instagram untuk mengirim pesan kepada pengguna lainnya.

Seiring berkembangnya zaman, sumber informasi bisa berasal dari mana saja. Tak hanya dari media cetak atau televisi saja, bahkan kini informasi bisa didapat melalui media sosial. Salah satunya yakni Instagram, melalui Instagram kita dapat mengetahui informasi baik itu dari dunia *entertainment*, berita dan bahkan mengenai politik.

“Punya kok mas, tapi saya *pakek* Instagram *buat* lihat berita, kabar terkini yang kekininan atau viral dan *nambah* wawasan aja mas.”⁵¹

“Buat *ngikuti* era globalisasi mas, makanya saya buat akun Instagram. Kalo enggak gitu, saya *gatau apa-apa* nanti mas. Bisa-bisa saya ketinggalan berita yang viral sama informasi-informasi penting lainnya.”

⁵⁰ Yasyva Agfa Nizar, melalui wawancara yang dilakukan pada tanggal 16 April 2019

⁵¹ Achmad Rafli, melalui wawancara yang dilakukan pada tanggal 17 April 2019

untuk mencari dan memperoleh informasi mengenai apa yang sedang terjadi saat ini dan apa yang sedang hangat dibicarakan oleh masyarakat.

Media sosial yang sedang ramai digunakan oleh banyak orang yakni Instagram. Namun seiring berkembangnya zaman, penggunaan Instagram mulai bergeser dari yang awalnya sarana komunikasi dan berbagi, berubah menjadi media tempat orang melakukan pencitraan atau bisa disebut dengan *self-presenting*. Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya juga menggunakan media sosial Instagram tersebut.

Instagram merupakan media sosial yang memiliki banyak pengguna menyaingi facebook dan twitter. Instagram begitu populer hingga mungkin hampir semua orang yang memiliki *smartphone* mengunduh Instagram. Pada aplikasi Play Store, jumlah unduhan Instagram tembus hingga mencapai 1.000.000.000 *download* lebih. Bahkan angka tersebut lebih besar dari jumlah unduhan Twitter yang hanya sebesar 500.000 *download*. Hal tersebut merupakan bukti bahwa Instagram begitu digandrungi dan penulis yakin bahwa hampir semua mahasiswa UIN Sunana Ampel Surabaya juga menggunakan Instagram.

Di dalam Instagram, orang sering memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan untuk membagikan aktifitas atau kegiatan yang sedang ia lakukan kepada teman-temannya atau *followersnya*. Begitu juga dengan mahasiwa UIN Sunan Ampel Surabaya, mereka juga kerap menggunakan fitur yang ada di Instagram untuk membagikan kesehariannya pada *followersnya*.

Hal tersebut juga terjadi pada mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, penggunaan dari media sosial mulai bergeser menjadi tempat seseorang untuk mempresentasikan dirinya atau melakukan pencitraan. Citra tersebut ingin mereka bentuk di benak teman-teman dunia maya melalui foto atau video yang diunggahnya dalam Instagram.

Namun beberapa orang ada yang melakukan presentasi diri (*self-presenting*) atau pencitraan secara berlebihan dan hal tersebut dapat termasuk sebagai panjat sosial. Karena mereka mencitrakan sesuatu yang tidak ada pada dirinya dan bahkan mereka rela melakukan hal yang tidak wajar demi melakukan pencitraan tersebut.

Pangkat sosial berbeda dengan presentasi diri (*self-presenting*), presentasi diri atau pencitraan hanya mencitrakan sebagai mana adanya dan

[illegible]

```

graph TD
    PS[Panjat Sosial] --- H[ ]
    H --- SG[Selebgram]
    H --- SL[Sosialita]
    H --- MT[Motivator]
  
```

Selebgram adalah istilah yang digunakan untuk memanggil selebriti atau orang-orang yang namanya terkenal melalui dunia media sosial Instagram. Ada *Selebgram* yang namanya terkenal

[illegible]

Namun ada juga orang-orang yang namanya dikenal di dunia media sosial Instagram bukan karena karya atau kemampuan yang mereka miliki, akan tetapi mereka dikenal oleh warganet atau *netizen* karena tingkah laku yang kontroversial dan juga karena gosip yang beredar di dunia maya. Seperti yang dikatakan oleh salah satu narasumber, Nofa Aulia R sebagai berikut.

Seperti yang dikatakan oleh narasumber kepada peneliti, bahwa seseorang bisa saja terkenal di dunia media sosial karena tindakannya yang kontroversial, gosip-gosip yang beredar di dunia maya, dan drama-drama yang terjadi di dunia maya tersebut. Bukan karena karya apa yang telah dibuatnya.

⁵⁸ Nofa Aulia R, melalui wawancara yang dilakukan pada tanggal 17 April 2019

Narasumber memiliki caranya sendiri untuk membuat dirinya lebih dikenal di dunia media sosial Instagram dan mendapatkan *followers* agar jumlah *followers*nya bertambah. Cara yang digunakan oleh narasumber untuk mendapatkan *followers* lebih banyak adalah dengan menggunakan tagar atau *hashtag*.

Sesuai dengan apa yang dikatakan oleh narasumber, narasumber memberi tagar pada foto atau video yang diunggahnya dengan tujuan untuk menambah jumlah *followers*nya meski tidak bertambah secara instan.

⁶⁰ Chanisna, melalui wawancara yang dilakukan pada tanggal 10 April 2019.

“*Onok siji ciri-ciri yang pasti dari orang yang kepingin jadi selebgram. Caper alias cari perhatian. Biasane sering bikin question nggak penting ndek storynya, terus kalo update story rajin banget sampek gak keitung.*”⁶¹

Ciri lainnya yang juga dimiliki *selebgram* adalah kerap melakukan *review* atau ulasan mengenai sesuatu seperti barang, makanan, film, hingga barang kosmetik. Beberapa mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya juga pernah melakukan hal tersebut.

“Biar nggak kudet dong. Biar kelihatan kalo aku tuh anaknya *up to date*, tau hal-hal yang baru yang lagi viral di dunia maya.”⁶²

⁶² Shaliska, melalui wawancara yang dilakukan pada tanggal 5 April 2019

Setelah mahasiswa menonton film tersebut kemudian akan membuat *story* berisikan foto dari tiket bioskop dan diberi *caption* mengenai pendapatnya atas film yang telah ditontonnya. Hal itu dilakukan untuk menunjukkan kepada jagad dunia maya bahwa ia telah menonton film yang sedang viral dan menunjukkan bahwa ia tidak ketinggalan zaman.

Peneliti telah mengumpulkan data dari dua mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang sesuai dengan penjabaran *selebgram* di atas. Kedua mahasiswa tersebut mencitrakan dirinya layaknya seorang *selebgram*, keduanya kerap melakukan hal yang cenderung mencari perhatian atau *caper*. Misalnya mahasiswa membuat *instastory* dengan foto *selfie* dirinya dan berisikan kalimat “Enaknya potong rambut model apa ya? Bosen nih gini-gini aja. Kasih saran dong guys.” Mahasiswa melakukannya demi mendapatkan eprhatian

“Seneng aja *kalo* semisal ditanggapi sama orang lain, *kayak* ada rasa tersendiri gitu yang aku *dapet*, makanya aku sering *kayak* gitu.”⁶³

Kedua mahasiswa tersebut sama-sama mencitrakan diri di dunia maya layaknya seorang *selebgram*. Kedua mahasiswa tersebut mencitrakan dirinya kalau mereka sering *hang out*, sering nongkrong atau pergi ke *mall*. Namun tempat yang didatangi cenderung tempat dengan harga yang cukup mahal bagi seorang mahasiswa. Keduanya sering mengunggah foto *selfie* dirinya sendiri berada di tempat-tempat seperti itu. Namun sebenarnya, kedua mahasiswa tersebut memaksakan diri untuk melakukan hal tersebut. Memaksakan diri dalam arti membeli makanan dan minuman dengan harga yang cukup mahal seperti itu berada di luar kemampuannya secara ekonomi. Demi terlihat ‘mampu’ di dunia maya bahkan kedua mahasiswa tersebut sampai berhutang kepada teman-temannya. Kedua mahasiswa beralasan bahwa uang di dompet sudah habis dan sedang tidak bawa ATM kemudian meminjam uang kepada

[illegible]

2. Sosialita

Namun di Indonesia makna sosialita berbeda jauh dengan makna sosialita yang sebenarnya. Masyarakat Indonesia memaknai sosialita sebagai sekumpulan orang kaya yang suka pamer barang-barang mewahnya dan juga gemar melakukan arisan. Mahasiswa UIN Sunan Ampel juga memaknai sosialita sebagai orang yang memakai barang *branded* dari ujung kepala hingga kaki, serta gemar melakukan arisan dengan teman sosialitanya.

Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memaknai sosialita
i sebuah gaya hidup yang penuh dengan kemewahan dan

⁶⁵ Kevin Irfanda, melalui wawancara yang dilakukan pada tanggal 2 April 2019

Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya selalu menganggap sosialita adalah gaya hidup yang glamor dan suka memamerkannya ke dunia maya karena apa yang mereka lihat selama ini adalah kelompok yang salah mengartikan kata sosialita tersebut sehingga mahasiswa hanya mengenal sosialita yang penuh dengan kemewahan saja. Padahal sosialita berasal dari kata “*social*” dan “*elite*” yang dimana “*social*” berarti sekelompok orang yang memiliki jiwa sosial yang tinggi, sementara “*elite*” yang dimaksud adalah “*elite*” dalam arti derajatnya seperti bangsawan atau menteri bukan sekedar “*elite*” perekonomiannya.

Sering melihat orang-orang dalam kelompok sosialita di dalam media sosial Instagram, kemudian mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya menirunya dan menerapkannya. Mahasiswa UIN

Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya mengunggah foto dirinya ketika sedang menggunakan barang yang memiliki nilai prestis seperti barang dengan merk ternama. Barang-barang tersebut seperti *iphone*, sepatu *vans*, baju dengan merk *gucci*, tas merk *luis vuitton* dan lain-lain.

Selain ingin menunjukkan barang yang memiliki nilai prestis yang dimilikinya, mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya ingin menunjukkan bahwa dirinya mampu secara ekonomi untuk membeli barang-barang yang memiliki nilai prestis kepada *followers*nya.

Dalam menunjukkan barang-barang prestis atau barang-barang mewah yang dimiliki, mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya tidak hanya menunjukkannya dengan mengunggah foto barang *branded* yang dikenakannya. Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya memiliki cara lain untuk menunjukkannya kepada *followers* akun Instagramnya.

Cara lain yang digunakan oleh mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya adalah dengan membeli dan mengonsumsi barang-barang yang juga memiliki nilai prestis. Barang-barang prestis yang dikonsumsi mahasiswa untuk menunjukkan dirinya mampu secara ekonomi kepada *followers*nya yakni seperti dengan

Seperti yang telah dijelaskan oleh peneliti, bahwa orang-orang yang cenderung meniru kelompok sosialita memiliki beberapa ciri-ciri. Ciri-ciri tersebut yakni gemar memamerkan barang-barang *branded* yang dimilikinya dan mengunggahnya ke dunia media sosial Instagram. Kemudian ciri yang kedua adalah dengan mengkonsumsi barang-barang *branded* yang mampu menunjukkan bahwa status ekonominya tergolong dalam golongan atas.

Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya sering menemukan foto yang diunggah oleh kelompok sosialita tersebut kemudian mahasiswa meniru apa yang dilakukan oleh kelompok-kelompok tersebut dengan tujuan agar tidak ketinggalan zaman atau *trend*. Namun ada mahasiswa yang memaksakan diri demi meniru gaya hidup yang dimiliki anggota kelompok sosialita tersebut.

[illegible]

Mahasiswa memaksakan dirinya untuk menjalani gaya hidup yang menyusahkan diri sendiri seperti itu karena mahasiswa terlalu mendahulukan gengsi dan mengesampingkan hal lainnya. Mahasiswa menghabiskan uangnya hanya untuk memenuhi gaya hidup yang mendahulukan gengsi itu dengan cara membeli barang-barang yang memiliki nilai prestis tinggi seperti *gadget, brand fashion* ternama dan mengonsumsi barang-barang mahal lainnya padahal sebenarnya mahasiswa tersebut sangat memaksakan dirinya untuk mendapatkan hal tersebut.

[illegible]

Mahasiswa menggunakan *fashion* dari *brand* ternama karena produk yang dikeluarkan oleh *brand* ternama pasti disertai dengan kualitas yang tinggi. Karena kualitas tinggi yang diberikan pada produk, sudah tentu juga akan membuat barang tersebut memiliki harga yang lumayan tinggi. Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya kerap menggunakan pakaian dengan *brand* ternama di badannya.

Selain kualitas yang tinggi, barang dengan *brandi* t
juga memberikan prestis kepada penggunanya. Dalam ka
mahasiswa tumbuh sebuah pemikiran yakni ketika mahasisw
mengenakan suatu barang yang *branded* maka akan diangga
gaul. Namun tidak semua mahasiswa peduli akan hal terseb

di, melalui wawancara yang dilakukan pada tanggal 2 April 2019

di, melalui wawancara yang dilakukan pada tanggal 2 April 2019

[illegible]

“Aku *gak* begitu peduli *kalo* sama merk, *kalo* *dipakenya* nyaman ya *gak* masalah *masio* *gak* ada merknya. Biar orang *ngeledak* gara-gara *gak* pakek barang *branded* aku *gak* peduli, *kan* *fashion* itu preferensi orang masing-masing.”⁶⁸

Mahasiswa tidak melakukan pertimbangan mengenai kegunaan yang diperoleh dari barang yang akan dibelinya, tetapi mahasiswa yang ingin terlihat seperti seorang sosialita lebih mementingkan prestis yang didapat dari benda yang akan dibelinya tersebut. Sama seperti *gadget* atau *smartphone*, *fashion* yang dikenakan oleh mahasiswa juga dapat menunjukkan status dari mahasiswa tersebut tergantung pada *brand* apa yang dikenakannya.

⁶⁸ Ardila Eris, melalui wawancara yang dilakukan pada tanggal 10 April 2019

Semua upah yang didapatkannya dari bekerja habis digunakan untuk berfoya-foya demi terlihat kaya di media sosial padahal sebenarnya tidak seperti yang dicitrakannya di Instagram. Ketika uangnya habis, mahasiswa akan meminjam uang pada teman-temannya hingga mendapatkan pinjaman. Dan hal itu sudah seakan menjadi gaya hidup dari mahasiswa untuk berfoya-foya dan membeli barang-barang *branded* agar terlihat status sosialnya lebih tinggi dari yang sebenarnya.

Bentuk panjat sosial yang ketiga adalah meniru gaya *motivator*. Bukan menirukan seorang motivator tertentu *impersonate* tetapi orang tersebut berlagak bijak dan mengeluarkan kata-kata bijak. Hal tersebut seakan menjadi *trend* dalam dunia media sosial. Mengikuti *trend* yang ada mahasiswa

Kata-kata yang ditaruh dalam foto yang diunggah di media sosial oleh orang yang bersikap seperti motivator adalah kata-kata yang cenderung menyemangati orang lain. Seperti contoh “Maafkan orang yang menyakitimu hari ini dan kamu akan jadi lebih kuat di hari esok”. Pemilihan kata yang digunakan cenderung memiliki kesan untuk menyemangati orang yang membacanya.

Tidak hanya mengunggah kata-kata bijak yang dibuatnya sendiri, tetapi mahasiswa juga kerap membagikan *quotes* yang dibuat oleh akun Instagram lainnya. Biasanya mahasiswa

[illegible]

Quotes yang sering dibuat dan disebar di dunia sosmed oleh mahasiswa sebagian besar mengenai kisah cinta, pengalaman hidup atau pengalaman sosial. Tentu saja *quotes* tersebut memiliki pesan yakni untuk menyemangati pembacanya agar menjadi orang yang lebih tegar dalam menghadapi permasalahan yang dihadapinya.

Terkadang mahasiswa juga merasa bahwa *quotes* yang diberikan pada gambar tersebut juga mewakili perasaan mereka, mewakili keresahan mereka ketika menghadapi suatu permasalahan. Namun secara tak sadar hal yang dilakukannya itu juga terkadang justru malah mengekspos masalahnya kepada *followers*nya di dunia media sosial Instagram.

⁷¹ Nada Rizky, melalui wawancara yang dilakukan pada tanggal 21 April 2019

Keberadaan akun-akun motivator Islami tersebut mungkin telah membantu orang-orang dalam memperoleh motivasi diri dalam beribadah tetapi tidak ada jaminan bahwa apa yang diunggahnya berdasarkan hadits yang benar atau ayat Al-Quran yang diartikan dengan benar. Bisa saja kalimat bijak yang diunggahnya malah berdasarkan hadits palsu atau berdasarkan ayat Al-Quran tetapi salah dalam menafsirkannya. Kalau hal itu terjadi dapat menimbulkan pemahaman yang keliru pada warganet.

Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya juga mengikuti *trend* tersebut. Mahasiswa kerap mengunggah ulang foto-foto milik motivator Islami yang diikutinya di Instagram. Namun, mahasiswa itu sedniri tidak benar-benar mengetahui bagaimana hukum Islamnya mengenai kata-kata yang diunggahnya tersebut.

Mahasiswa mengunggah *quotes* yang dibuatnya atau *quotes* yang dilihatnya pada akun lain kemudian me-*repost*nya dengan tujuan agar mahasiswa terlihat seperti orang yang memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas. Ingin dilihat oleh orang lain bahwa dirinya memiliki segudang pengalaman mengenai persoalan

C. Analisis *Self-Presenting* Pada Media Sosial Instagram dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman

Dalam mencitrakan dirinya di dunia maya, mahasiswa bebas ingin membangun citra yang seperti apa melalui dunia media sosial Instagram. Ada mahasiswa yang mencitrakan dirinya apa adanya, namun ada juga mahasiswa yang mencitrakan dirinya tidak sesuai dengan apa yang dimilikinya. Hal tersebut dilakukan mahasiswa agar status sosialnya terlihat lebih tinggi dari status sosial yang sesungguhnya, harapannya dengan

Seperti apa yang sudah dipaparkan di atas oleh peneliti, ada tiga jenis *self-presenting* atau pencitraan diri yang dilakukan oleh mahasiswa agar dirinya tampak memiliki status sosial yang lebih tinggi dari status sosial yang sesungguhnya melalui dunia maya. Tiga jenis *self-presenting* tersebut yakni *selebgram*, sosialita, dan motivator. Tiga jenis pencitraan diri tersebut memiliki ciri-ciri yang berbeda antara satu dengan lainnya.

[illegible]

Yang ketiga adalah motivator, belakangan ini muncul se-
dimana pengguna media sosial Instagram melakukan pencitraan
self-presenting layaknya seorang motivator. Mahasiswa UIN Sur-
juga tidak ketinggalan dengan *trend* tersebut. Mahasiswa me-
Instastory yang berisikan mengenai kalimat-kalimat yang
menggurui dan terdapat pesan di dalamnya. Tidak jarang m-
menceritakan pengalamannya terlebih dahulu di dalam *Instasto-*

sby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ada beberapa mahasiswa yang sering mengunggah ulang atau *repost* foto milik akun lainnya dan langsung mengunggahnya ke dalam *Instastory*. Foto-foto yang diunggahnya ulang adalah foto-foto yang berisikan *quotes* bijak atau *quotes* yang berdasarkan pada agama. Mahasiswa seringkali langsung *repost quotes* yang berdasarkan pada agama tanpa tau akan kebenarannya. Yang diinginkan hanya citra diri yang tampak berpendidikan dan memiliki ilmu pengetahuan agama serta memiliki pengalaman hidup segudang.

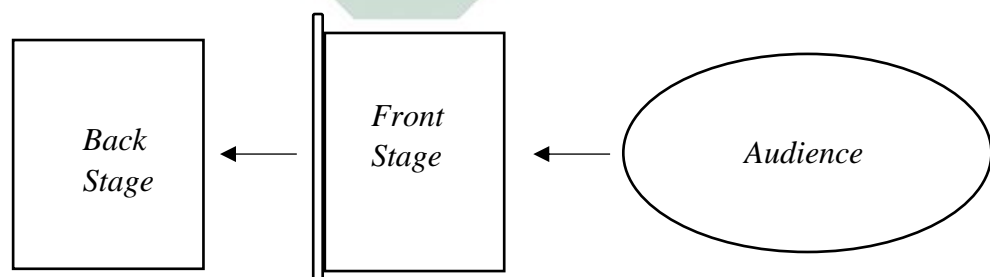
Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori dramaturgi milik Erving Goffman untuk mengkaji fenomena yang terjadi di lapangan. Erving Goffman menjelaskan bahwa kehidupan sosial manusia dianggap seperti serangkaian pertunjukan drama yang mirip dengan pertunjukan teater di

panggung. Sebagaimana panggung teater, dalam teori dramaturgi milik Erving Goffman terdapat dua panggung yakni panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Panggung depan adalah tempat dimana seseorang memainkan perannya di hadapan para penontonnya. Sedangkan panggung belakang adalah tempat dimana seseorang mempersiapkan segala hal yang dapat melengkapi keberhasilan dalam memainkan perannya di panggung depan.

Mengenai *self-presenting* atau pencitraan diri yang dilakukan oleh mahasiswa pada media sosial Instagram, media sosial Instagram merupakan panggung depan (*front stage*) dimana mahasiswa berperan sebagai perannya masing-masing sesuai keinginannya. Sementara kehidupan nyata dan usaha lainnya yang dapat membantu dirinya tampil lebih baik di panggung depan merupakan panggung belakang atau *back stage*.

BAGAN 4.2

Dramaturgi Erving Goffman



Mengenai apa yang dikemukakan Erving Goffman dalam teori dramaturgi miliknya bahwa seseorang cenderung menyembunyikan beberapa hal tertentu ketika sedang tampil di panggung depan. Begitu juga

Dalam membangun citra diri melalui dunia maya, mahasiswa cenderung menutupi sifat atau karakter asli dari dirinya agar orang lain hanya melihat versi baik dari dirinya saja demi menumbuhkan citra yang sesuai dengan keinginannya. Bahkan, mahasiswa sampai melakukan hal tertentu demi membangun kesan yang diinginkannya. Mahasiswa menyembunyikan hal-hal tersebut di panggung belakangnya agar tak dilihat oleh khalayak penonton.

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa panggung belakang mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya berbeda jauh dengan apa yang ditampilkannya di panggung depan. Selain itu peneliti juga menemukan beberapa hal yang mengejutkan yang dilakukan oleh mahasiswa di panggung belakangnya. Hal tersebut sudah tentu dilakukan mahasiswa untuk menunjang peran dan penampilannya di panggung depan miliknya.

Seperti yang telah diuraikan pada temuan di atas, peneliti menemukan bahwa panggung belakang dari mahasiswa menunjukkan hal yang berbeda 180 derajat dengan apa yang ditampilkannya di dunia maya. Mahasiswa melakukan berbagai hal demi menunjang penampilannya di panggung depan. Hal tersebut sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Erving Goffman mengenai panggung belakang, yakni panggung belakang adalah tempat dimana aktor berlatih atau melakukan persiapan untuk menyempurnakan peran yang akan dimainkannya di panggung depan.

Mahasiswa rela mengeluarkan sejumlah uang untuk menggunakan jasa penambah *followers*. Hal itu dilakukan mahasiswa demi mendukung

peran yang dimainkannya yakni sebagai *selebgram* di dunia maya. Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Erving Goffman bahwa tujuan dari pementasan adalah untuk melakukan *impression management*. *Impression management* adalah pembangunan kesan ke dalam benak khalayak penonton sesuai dengan peran yang ditampilkan aktor di panggung depannya. Mahasiswa ingin menciptakan kesan pada orang lain sesuai dengan citra yang telah dibangunnya melalui dunia maya. Seperti yang dilakukan oleh mahasiswa mengunggah foto ketika sedang makan di restoran mewah, maka sebenarnya mahasiswa ingin membangun citra pada benak *followersnya* bahwa mahasiswa tersebut tergolong orang kaya, namun pada kenyataannya mahasiswa tersebut belum tentu sekaya seperti yang dicitrakannya di dunia maya.

Dengan mencitrakan dirinya seperti seorang *selebgram*, motivator atau pun sosialita, mahasiswa ingin terlihat bahwa dirinya kaya, *hits*, gaul dan bijak dalam bertindak. Padahal belum tentu apa yang ditunjukkannya di dunia maya adalah benar-benar bagian dari dirinya atau benar-benar sesuatu yang dimilikinya. Untuk memahami bagaimana panggung depan dan panggung belakang dari tiap-tiap jenis panjat sosial, peneliti telah membuat tabel sebagai berikut:

TABEL 4.1*Selebgram*

Panggung Depan	Panggung Belakang
Mahasiswa mencitrakan diri di dunia maya sebagai anak yang gaul, <i>hits</i> , sering mendatangi tempat yang sedang <i>hits</i> . Selain itu mahasiswa juga me-review film setelah menontonnya. Tak hanya film, makanan dan tempat nongkrong pun juga diulas olehnya. Selain itu mahasiswa juga seorang yang <i>photogenic</i> . Mahasiswa juga kerap mengunggah sesuatu yang kontroversial, dengan begitu namanya akan eksis di dunia maya.	Keuangan mahasiswa tidak sebanyak itu untuk melakukan hal-hal seperti yang dicitrakannya di dunia maya. Mahasiswa sering kali meminjam uang kepada temannya dengan alasan bahwa ATM miliknya terbawa oleh kakaknya.

TABEL 4.2*Sosialita*

Panggung Depan	Panggung Belakang
Mahasiswa membangun citranya sebagai orang kaya dengan mengenakan barang-barang <i>branded</i> di sekujur tubuhnya dan makan di restoran mewah. Melakukan sesuatu yang tampak jelas menghabiskan uang yang tidak sedikit.	Mahasiswa memaksakan diri untuk melakukan hal itu semua demi pencitraan yang diinginkannya. Padahal keuangannya tidak sekuat itu untuk melakukan hal-hal tersebut. Mahasiswa seringkali kehabisan uang lalu meminjam uang pada temannya dengan jumlah yang lumayan banyak untuk ukuran mahasiswa.

TABEL 4.3

Motivator

Panggung Depan	Panggung Belakang
Mahasiswa sering mengunggah foto dengan <i>quotes</i> yang berisikan kalimat-kalimat bijak untuk menyemangati <i>followersnya</i> atau menyemangati dirinya sendiri. Hal itu dilakukan untuk terlihat lebih pintar dan berpengetahuan luas.	Kata-kata yang diunggah oleh mahasiswa ke <i>Instastory</i> kebanyakan adalah bukan buatannya sendiri atau bisa juga mencontoh milik orang lain. Dan terkadang apa yang dibicarakannya di <i>Instastory</i> ternyata tidak benar-benar dialaminya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap orang pasti melakukan pencitraan di depan orang lain, namun ada juga orang yang melakukan pencitraan secara berlebihan. Berlebihan dalam arti orang tersebut mencitrakan sesuatu yang sebenarnya bukanlah bagian dari dirinya. Dalam penelitian ini mengungkap bahwa ada mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang mencitrakan dirinya seperti orang kaya padahal kenyataannya mahasiswa tidak se kaya seperti yang dicitrakannya dan sebenarnya tergolong dalam kaum menengah saja. Mahasiswa melakukan hal-hal tertentu demi mencapai citra yang diinginkannya dan hal tersebut bisa disebut dengan panjat sosial. Panjat sosial atau *social climbing* adalah suatu upaya yang dilakukan seseorang untuk mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosialnya yang lebih tinggi dari sebenarnya. Jadi mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang melakukan panjat sosial dapat disebut sebagai pemanjat sosial atau *social climber*.

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa dalam melakukan *social climbing* mahasiswa melakukannya melalui pencitraan dirinya di media sosial. Ada tiga jenis pencitraan yang peneliti temukan, yakni *selebgram*, *sosialita*, dan *motivator*. Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya mencitrakan dirinya di media sosial selayaknya salah satu dari citra tersebut. Mahasiswa mencitrakan dirinya seperti seorang *selebgram*

Dengan harapan bahwa dirinya dapat eksis di dunia media sosial Instagram sekaligus di dunia nyata dan pergaulannya.

Kemudian ada mahasiswa yang mencitrakan diri sebagai seorang sosialita yang memiliki gaya hidup mewah dan *glamour*. Mencitrakan dirinya dengan gaya hidup yang sangat konsumtif agar terlihat bahwa dirinya dianggap tergolong sebagai orang kaya padahal kenyataan yang ada tidak seperti itu. Dan yang terakhir yakni mahasiswa yang mencitrakan dirinya seperti seorang motivator. Mahasiswa sering kali mengunggah foto yang berisi kalimat-kalimat bijak untuk menyemangati *followersnya* ketika menghadapi suatu permasalahan. Namun hal tersebut akan menjadi aneh karena apa yang diunggahnya ternyata tidak benar-benar dialaminya dan seringkali mahasiswa mengunggah foto-foto seperti itu dengan intensitas yang sangat tinggi sehingga dapat memunculkan rasa risih pada diri orang yang membacanya. Mahasiswa mencitrakan seperti itu karena menginginkan sebuah pengakuan dari lingkungannya dan agar status sosialnya meningkat dari status asli miliknya.

Hal yang dilakukan mahasiswa tersebut sesuai dengan teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman. Mahasiswa memerankan peran sesuai peran yang dipilihnya di panggung depan, panggung depan dalam hal ini adalah dunia maya dimana mahasiswa membangun citranya. Tujuan mahasiswa bermain peran di panggung depan adalah untuk *impression management*, yakni pembangunan kesan dalam benak orang lain sesuai dengan peran yang dimainkan. Supaya dapat memainkan perannya di panggung depan dengan baik, mahasiswa

Dari data yang telah diperoleh oleh peneliti dalam *Self-Presenting* pada Media Sosial Instagram dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman (Studi Pada Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya), maka saran yang diberikan oleh peneliti yakni sebagai berikut :

- [illegible]

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, Cholid Narbuko Abu. 2003. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara.

Ahmadi, Rulam. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.

Bambang Dwi, Atmoko, 2012. *Instagram Handbook*, Jakarta: Mediakita

Bimo, Mahendra. *Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram*. Jurnal Visi Komunikasi / Volume 16, No.01, Mei 2017.

Donny Andrian, Adhirsam, 2014. *Dumb Ways to Survive*, Jakarta: Lintas Kata.

Goffman, Erving. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*, Harmondworth: Penguin.

Griggs, Asa. 2009. *Sejarah Sosial Media Dari Guttenberg Sampai Internet*, Jakarta: Gramedia

Kasiram. 2010, *Metode Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, Malang: UIN Maliki Press

Maleong, Lexy J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Manampiring, Rudolf A. 2015. *Peranan Media Sosial Instagram dalam Interaksi Sosial Antar Siswa SMA Negeri 1 Manado*, E-Journal "Acta Diurna" Volume IV No. 4 Tahun 2015.

Melati, Metta Rahma. 2016. *Analisis Konsep Dramaturgi Erving Goffman Dalam Pola Penggunaan Ruang Publik Kafe Oleh Mahasiswa Di Kota Surakarta*.

Mulawarman, Aldila Dyas Nurfitri. 2015. "Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan". Buletin Psikologi Vol. 25, No.1, 36-44.

Nasrullah R. 2015. *Media Sosial (perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi)*. Jakarta: Rajawali Press.

Nasrulloh, Rulli. 2016. *Pengaruh Kemajuan Teknologi Bagi Remaja dan Eksistensi E-Book*, Jakarta: Gramedia.

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2001. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

